

Sperrfrist: 29.05.2019, 12:00 Uhr!
Es gilt das gesprochene Wort!

**Ausführungen von Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung,
anlässlich der Jahres-Presskonferenz der Koelnmesse
am 29.05.2019, 11:00 Uhr, Messehochhaus, Großer Sitzungssaal**

Meine Damen und Herren,

auch von meiner Seite herzlich willkommen bei der Koelnmesse!

Power trifft Potenziale - so lesen Sie es auf dem Titel des aktuellen Geschäftsberichts. Was heißt das?

Für uns heißt das: Wir bieten unseren Kunden analoge und digitale Plattformen für ihr Business. Wir bringen Business-Communitys zusammen. Wir ermöglichen Begegnungen, die das Geschäft unserer Kunden nach vorne bringen. Und das bereits seit 95 Jahren!

Denn trotz aller Digitalisierungsinitiativen und innovativer Veranstaltungsformate, die das Messegeschäft heute natürlich und sinnvollerweise prägen, sind es im Kern die Begegnungen und vor allem die Qualität der Begegnungen, die den Erfolg unserer Messen ausmachen. Bei uns treffen sich Typen und Charaktere, Entscheider und Macher, Innovatoren und Investoren, Visionäre und Realisten.

Nicht ohne Grund haben wir also das Thema „Begegnungen“ in den Mittelpunkt unseres diesjährigen Geschäftsberichts gestellt und inszenieren es auf den ersten Seiten entlang unserer strategischen Handlungsfelder. Mit einigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als Models.

Dass es uns sehr gut gelingt, den passenden Rahmen für Begegnungen zu schaffen, belegen unsere Zahlen: 2018 ist - Frau Reker hat es bereits angesprochen, aber diese positive Botschaft, wiederhole ich gerne - das beste gerade Messejahr in unserer Geschichte. 2018 hat der Koelnmesse-Konzern mehr als 337 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet. Unser Gewinn liegt für ein gerades Messejahr mit über 53 Millionen Euro unerwartet hoch, auch wenn man Sondereffekte aus der Auflösung von Mietrückstellungen berücksichtigt. Insgesamt nahmen 2018 rund 2,4 Millionen Besucher und mehr als 38.000 ausstellende Unternehmen am gesamten Koelnmesse-Portfolio im In- und Ausland teil.

Diese Zahlen sind nicht selbstverständlich. Zehn Jahre zuvor, im Jahr 2008, erwirtschafteten wir knapp 200 Millionen Euro, mussten aber einen Verlust von 11,4 Millionen Euro verkraften. Seit 2008 sind unsere Umsätze im Schnitt jährlich um rund 6 Prozent und die Ergebnisse um 11 Prozent gestiegen. Wir haben unsere feste Position in den Top Ten des internationalen Messewesens bestätigt. Unser Wachstum ist nachhaltig. Wir schreiben dauerhaft Gewinne. Wenn wir unsere heutigen Planungen realisieren können, werde ich Ihnen in einem Jahr an dieser Stelle einen Umsatz jenseits der 400 Millionen Euro verkünden können. Mehr Details zu den Zahlen bekommen Sie anschließend von meinem Kollegen Herbert Marner.

Dass wir heute so positive Botschaften für Sie haben, ist das Ergebnis von vielen, vielen erfolgreichen Begegnungen, für die wir auf unserem Kölner Messegelände, an unseren weltweiten Standorten und zunehmend auch digital den entsprechenden Rahmen geschaffen haben.

Für uns ist klar: Begegnungen bleiben auch in Zukunft ein ganz zentrales Element von Messen. Nichtsdestotrotz steckt die Messewirtschaft ebenfalls in einer Transformation, die ähnlich wie die Digitalisierung permanenten Wandel bedeutet.

Fusionen großer internationaler Messeveranstalter oder die permanente Entwicklung noch größerer, noch modernerer Messegelände insbesondere im asiatischen Raum sind nur einige ganz plakative Beispiele der Veränderungen. Für uns gilt es deshalb, an Bewährtem festzuhalten, aber mit mindestens genauso viel Energie das Bewährte noch besser zu machen und zusätzlich ganz neue Wege zu gehen.

Dabei sind wir insbesondere in fünf Dimensionen unterwegs:

Erstens: Vision trifft Welt

Koelnmesse trifft Welt - und das jeden Tag. Nicht nur hier am Kölner Standort, sondern auf allen relevanten Wachstumsmärkten weltweit. Mit 12 Tochtergesellschaften und Joint-Ventures sowie Repräsentanzen in über 100 Ländern sind wir international gut aufgestellt. In Südamerika sind wir die Nummer Eins unter den deutschen Messegesellschaften, in Kolumbien haben wir unsere Präsenz in 2018 durch eine neue Tochtergesellschaft weiter ausgebaut.

2018 haben wir 28 Veranstaltungen außerhalb Deutschlands organisiert, von denen einige führende Branchenplattformen in ihren Regionen sind. Wir konnten einen Auslandsumsatz von 36,8 Millionen Euro erzielen. Und mindestens genauso wichtig: Wir haben besondere Begegnungen mit Qualität geschaffen, von denen wir nachhaltig profitieren werden. Im Fokus unserer internationalen Aktivitäten steht weiterhin, die starken Branchenkompetenzen, die wir hier am Standort entwickelt haben, weltweit fortzuführen.

Ganz in diesem Sinn, freue ich mich Ihnen eine neue internationale Veranstaltung für 2020 ankündigen zu können: In Singapur wird sich im Oktober 2020 erstmalig die Gaming-Branche auf der gamescom asia treffen. Wir etablieren dort eine jährliche Plattform für Spieleentwickler und Spielerveröffentlichungen mit asiatischer Ausrichtung. Wir sind überzeugt, dass Asien als der am schnellsten wachsende Gaming-Markt weltweit der ideale Standort ist, um eine Satellitenveranstaltung zur gamescom aufzubauen.

Und Asien steht weiter im Fokus: Mit dem neuen Namen "THAIFEX - Anuga Asia" werden wir dem etablierten Status der Messe als größte und regional führende Ernährungsmesse in Südostasien gerecht. Damit hat sich die THAIFEX in Bangkok als Satellitenveranstaltung der Kölner Anuga mehr als bewährt.

Ein bedeutendes Projekt, das 2018 wesentliche Meilensteine erreicht hat und uns vor allem ab Oktober 2020 auf Trab halten wird, ist die Expo in Dubai. Wir organisieren im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums den Deutschen Pavillon, genannt CAMPUS GERMANY, und sind damit an drei der bisher vier großen Weltausstellungen dieses Jahrhunderts beteiligt. Es ist immer wieder ein Erlebnis, in Dubai vor Ort zu sein und die Fortschritte auf unserem 4.600 m² großen Gelände mitzuerleben. Gerade vor einigen Wochen haben wir vor Ort den ersten symbolischen Spatenstich getan. Ich spreche für alle Beteiligten, wenn ich sage, dass die Vorfreude auf knapp sechs Monate Messeerlebnis in Dubai riesig ist. Wir freuen uns auf zahlreiche spannende, internationale und inspirierende Begegnungen.

Zweitens: Zuversicht trifft Zukunft

Für erfolgreiche Begegnungen muss auch der Kontext stimmen, sprich die physische Umgebung. Wir haben uns gefragt: Was brauchen Veranstalter, Aussteller und Besucher, um auch in Zukunft bei der Koelnmesse den optimalen Rahmen für Begegnungen zu finden. Unsere Antwort lautet: Koelnmesse 3.0.

Was dieses Projekt für uns und für den Messestandort Köln bedeutet, versteht man wohl am besten in bewegten Bildern: *[Imagefilm Koelnmesse 3.0]*

Mit diesem für unsere Messe umfangreichsten Zukunftsprojekt aller Zeiten liegen wir voll im Plan und sind unserem Ziel wieder einen Schritt nähergekommen: Wir schaffen nachhaltig das attraktivste innerstädtische Messegelände der Welt und unterstreichen so die Position der Koelnmesse unter den Global Playern der Messebranche. Mehr zu den einzelnen Maßnahmen wird uns gleich Herr Marnier berichten.

Sie wissen, meine Damen und Herren, die Koelnmesse befindet sich in der Umweltzone, drohende Dieselfahrverbote wären ohne weitreichende Ausnahmegenehmigungen für uns existenzbedrohend. Wir teilen mit Blick auf die Entscheidung des Oberlandesgerichts NRW im Herbst die Sichtweise der Bezirksregierung, einem generellen Fahrverbot durch proaktives Handeln zu begegnen.

Die Koelnmesse hat eine Reihe von Maßnahmen in Angriff genommen, um die Emissionen zu senken. Denn wir nehmen unseren Beitrag zur Luftreinhaltung ernst. Dazu werden wir im Detail in naher Zukunft auf Sie zukommen.

Ganz zentral ist dabei die Digitalisierung des Verkehrsmanagements. 2018 haben wir hierfür von der Bundesregierung 1,7 Millionen Euro Fördergelder bewilligt bekommen. Den gleichen Betrag packen wir nochmal obendrauf. Ende 2020 können wir in Abstimmung mit der Stadt Köln beispielsweise nicht nur unsere Besucher- und Lkw-Verkehre weiter optimieren und besser steuern, sodass weniger Stau und weniger Wartezeit entstehen, im Ergebnis werden wir auch weniger Emissionen produzieren.

Wir denken Zukunft also nicht nur auf dem Gelände voraus, sondern auch außerhalb. Denn wir müssen erreichbar bleiben.

Drittens: Mission trifft Mitspieler

Erreichbarkeit und Bauwerke sind wesentlich, aber auf den Inhalt kommt es natürlich genauso an. Und das sind unsere Messen. Begegnungen sind Kommunikation. Die Koelnmesse inszeniert Kommunikation.

Ausschlaggebend ist: Eine Messe muss es immer wieder schaffen, neue Zielgruppen anzusprechen, ohne die alten aus dem Blick zu verlieren. Am Standort Köln ist uns das 2018 mit Premieren wie der THE TIRE COLOGNE und in Bad Salzuflen mit der ZOW, Zuliefermesse für Möbelindustrie und Innenausbau, gelungen. Insgesamt stimmen 2018 die Zahlen unserer 25 Eigen- und 22 Gastveranstaltungen sowie drei Special Events am Standort Köln.

Ein großer Teil des Eigenprogramms der Koelnmesse hat sich 2018 bei den drei im Messewesen wichtigen Parametern - Aussteller, Besucher und Fläche - über dem vom deutschen Messeverband AUMA ermittelten Durchschnitt entwickelt. Wir dürfen uns darauf nicht ausruhen.

Wenn wir weiterhin diese Ergebnisse erzielen wollen, müssen wir kreativ sein und uns am Bedarf der Branchen und unserer Zielgruppen orientieren.

Die Koelnmesse kreiert auch 2019 und 2020 neue Veranstaltungsformate wie die CCXP COLOGNE - Comic Con Experience und schafft damit neue Begegnungsräume. Mit Spannung erwarten wir ihren Start im Juni.

Die DMEXCO wird in diesem Jahr um neue Formate erweitert und bekommt einen Future Park. So bleibt sie am Puls der digitalen Innovation.

Außerdem haben wir uns entschieden, erst 2020 mit der photokina in den neuen Jahresturnus zu starten. Damit folgen wir den Wünschen unserer Kunden.

Aber es ist nicht alles nur neu. Wichtig ist auch Beständigkeit.

Das zeigen Jubiläen im laufenden Geschäftsjahr 2019 wie die 50. Ausgabe der COLOGNE FINE ART & DESIGN - sie ist einerseits lange am Markt, wird aber auch neue Akzente setzen, indem sie das Thema Design stärkt.

Hervorheben will ich an dieser Stelle das 100-jährige Jubiläum der Anuga im Oktober. Für uns ist das Anlass, in die Zukunft zu schauen: Wir präsentieren zukunftsweisende Lösungen in der Ernährung und Ideen und Produkte, die inspirieren. Die Besucher und Aussteller können sich schon jetzt auf Top-Innovationen der Branche und außergewöhnliche Ideen auf den neuen Start-up Areas freuen.

Anfang 2020 feiern wir dann 50 Jahre Internationale Süßwarenmesse ISM mit einer Sonderschau zum Jubiläum.

Egal ob Messe pur, Special Event oder Conference + Exhibition - wir gestalten alles so, wie Aussteller und Besucher es brauchen.

Viertens: Virtuell trifft Wirklichkeit

Wir arbeiten natürlich nicht nur an der Entwicklung unserer Messen, sondern auch an unserer digitalen Zukunft. Das Virtuelle und Digitale ist bei uns immer weniger Vision und immer mehr Wirklichkeit. Die Digitalisierung ist für die Koelnmesse schon lange kein Nice-to-Have, sondern ein ganz zentraler Wegweiser für unseren zukünftigen Erfolg. Die Messe von morgen stellt andere Anforderungen. Die Digitalisierung gibt uns die Chance, sie zu erfüllen.

Insgesamt investieren wir bis 2022 mehr als 50 Millionen Euro in digitale Technologien, Infrastruktur und Prozesse. Unser Ziel: In der internationalen Spitzengruppe der Digitalisierung innerhalb der Messebranche mitspielen. Damit wir auch in Zukunft Begegnungen ermöglichen und fördern können - analog, digital, in Köln und weltweit.

Ganz konkret bedeutet Digitale Transformation für uns zum Beispiel:

- Wir investieren massiv in die digitale Infrastruktur auf unserem Gelände. Ab Mitte 2020 steht unseren Ausstellern und Besuchern flächendeckend eine leistungsstarke Internetanbindung sowie WLAN-Abdeckung zur Verfügung. Damit sind wir für aktuelle und zukünftige Anforderungen gerüstet.
- Wir statten unser Gelände mit einem digitalen Informations- und Leitsystem aus. Im Nordgelände ist das Digital Signage System, das die Themen Wegeführung, Infotainment und digitale Werbung vereint, bereits seit der gamescom 2018 erfolgreich im Einsatz. Mit unserem strategischen Partner Samsung SDS arbeiten wir an der Ausstattung weiterer Flächen und haben bereits neue spannende gemeinsame Projekte identifiziert, die den Messeplatz Köln digital nochmals auf eine neue Stufe heben werden. In der Messewelt hat dieses Projekt übrigens Vorbildcharakter, bereits mehrere Messegesellschaften haben sich das System vor Ort angeschaut.
- Wir bieten unseren Kunden ein verbessertes, durchgängigeres Kundenerlebnis und digitale Services. Beispielsweise durch eine Online-Messeanmeldung für unsere Aussteller oder durch ein digitales Leadtracking, das einem Aussteller ermöglicht, noch mehr aus seiner Messebeteiligung herauszuholen.

Darüber hinaus beschäftigen uns selbstverständlich auch zukunftsweisende digitale Technologien wie Künstliche Intelligenz, 5G oder Trackingsysteme. Wohin uns diese und mit Sicherheit noch weitere digitale Themen, die wir heute noch gar nicht kennen, einmal führen werden, lässt sich heute noch nicht absehen. Was wir allerdings wissen: Wir setzen auf State-of-the-Art-Technologien. Wir wollen den Entwicklungen nicht hinterherlaufen, sondern in der Messebranche vorne mitspielen.

Fünftens: Innovator trifft incube8

Die Zukunft der Koelnmesse zu gestalten, hört bei digitalen Themen nicht auf. Wir denken auch unsere Kernkompetenz, das Business-Matchmaking - also das Herstellen von Geschäftskontakten auf unseren Veranstaltungen - neu.

Ein Weg, den wir hier seit gut einem Jahr sehr erfolgreich gehen, heißt incube8. incube8 ist unser Innovations-, Event- und Start-up-Campus in der 8. Etage des Messehochhauses 2, auf der gegenüberliegenden Seite der Deutz-Mülheimer-Straße. In incube8 bringen wir traditionelle Unternehmen unserer Messebranchen mit Start-ups, Innovatoren und jungen Kreativen zusammen - Old Economy meets New Economy. Ein Win-Win für beide Seiten: Die Unternehmen profitieren von den Impulsen aus der Digital- und Start-up-Szene, die Newcomer machen ihre Expertise und Innovationskraft sichtbar und legen so die Basis für eventuelle gemeinsame Projekte oder Kooperationen.

Zuletzt zum Beispiel beim Smart Furniture Makeathon. Zwei Tage lang haben Start-ups, junge Designer und Kreative aus der Einrichtungsbranche neue Ideen für die smarte Produktwelt eines Möbelzulieferers entwickelt und die besten Ideen in der vergangenen Woche auf einer eigenen Sonderschau auf der interzum, der Weltleitmesse für Möbelfertigung und Innenausbau, vorgestellt.

Auch auf weiteren Messen gewinnt das Thema Start-ups stetig an Bedeutung. Kaum eine unserer Veranstaltung kommt mittlerweile ohne einen Start-up-Bereich aus.

Persönliche Begegnungen werden immer der Kern des Messegeschäfts bleiben. Aber nicht ausschließlich! Denn parallel zur permanenten Weiterentwicklung unseres Kerngeschäfts, wollen wir das Prinzip des Marktplatzes auch erfolgreich in das digitale Zeitalter überführen. Wir möchten unseren Kunden nicht nur einmal im Jahr die passende Begegnungs- und Matchmakingplattform für ihr Geschäft bieten, sondern 365 Tage im Jahr. Wie das aussehen kann, zeigt seit 2017 ambista, unsere Online-Businessnetzwerk für die Möbel- und Einrichtungsbranche.

Sie sehen: Begegnungen sind für uns mehr als nur ein Schlagwort. Sie sind der Kern unserer Arbeit. Das alles funktioniert nur mit einem starken Team, das für das ‚Messe machen‘ und das ‚Möglich machen‘ von Begegnungen brennt. Das haben wir! Weltweit arbeiten mittlerweile rund 850 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die Koelnmesse, das sind heute rund 200 mehr als noch vor zehn Jahren. Und das tun Sie - das zeigen zumindest unsere regelmäßigen Zufriedenheitsumfragen und auch externe Rankings - sehr gerne!

Ich bin sicher, dass mit dieser engagierten Mannschaft, der der besondere Dank der Geschäftsführung gilt, auch 2019 ein Jahr der besonderen Begegnungen wird!

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.